
A importância da Fotografia no sucesso das vendas na Internet

por: José Augusto Alves

2020/05/08



© Pedro Couto

一張圖片勝過千言萬語

“Uma imagem vale mais que mil palavras”

"A picture is worth a thousand words"

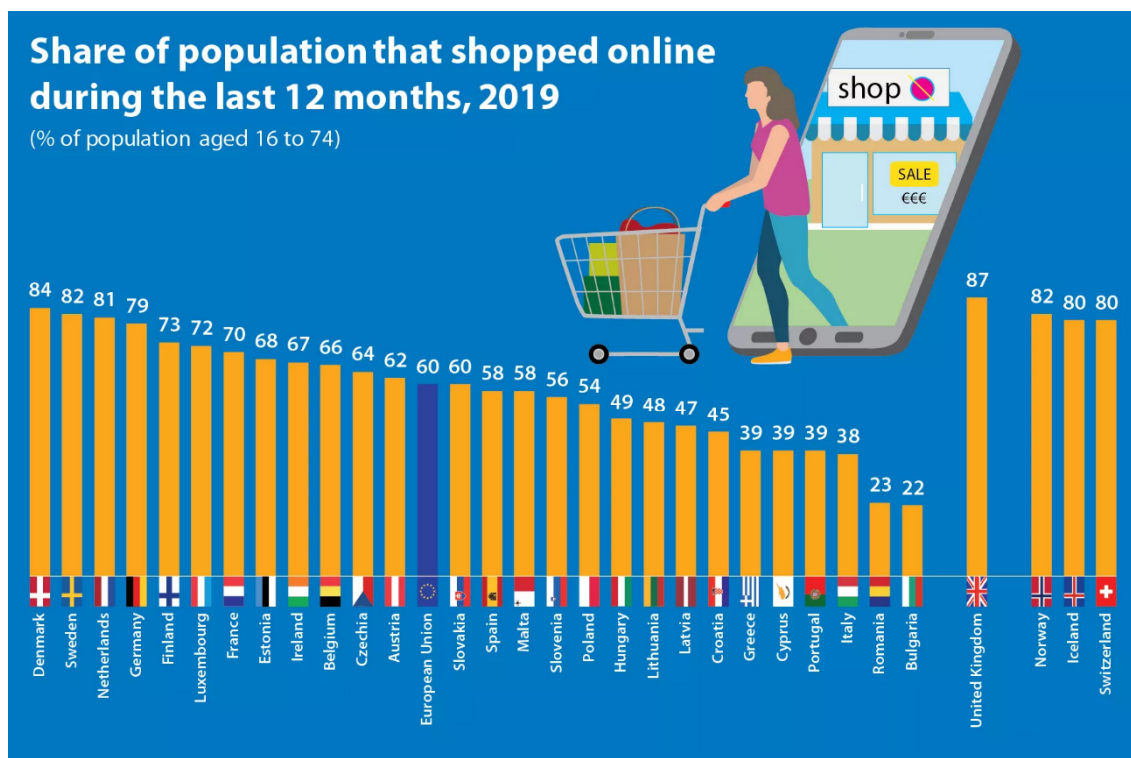
(*Chiu Kung*, político e filósofo chinês conhecido como **Confúcio**, 552-479 a.C.)

Este conhecido pensamento “***Uma imagem vale mais que mil palavras***” expressa bem a **importância do uso de recursos visuais na comunicação**.

A utilização de **imagens** (*fotografias, esquemas, gráficos, etc.*) facilita imenso a compreensão de determinada situação e **reforça o poder da comunicação**, sendo mais fácil passar uma mensagem visualmente, em vez de recorrer às palavras.

Com mais de **4.553 milhões de utilizadores** em todo o mundo (*segundo dados da <https://www.worldometers.info/> em 8 de Maio de 2020*), a Internet é já uma parte integrante das nossas vidas e está presente em quase todo o lado. Esta **rede de uso massificado** tem uma **taxa de penetração** no mundo **superior a 58%** de toda a população do planeta (*7.783 milhões de habitantes à data de 8 de Maio de 2020*).

Segundo o INE (Instituto Nacional de Estatística) **80,9% dos agregados familiares em Portugal têm acesso à Internet em casa** (dados de 2019), sendo o acesso realizado através de banda larga em 78,0% dos lares. Considerando o **acesso à Internet em mobilidade** (em equipamentos portáteis/móveis), os dados são ainda maiores (cobrindo **84,1% da população portuguesa**).



ec.europa.eu/eurostat 

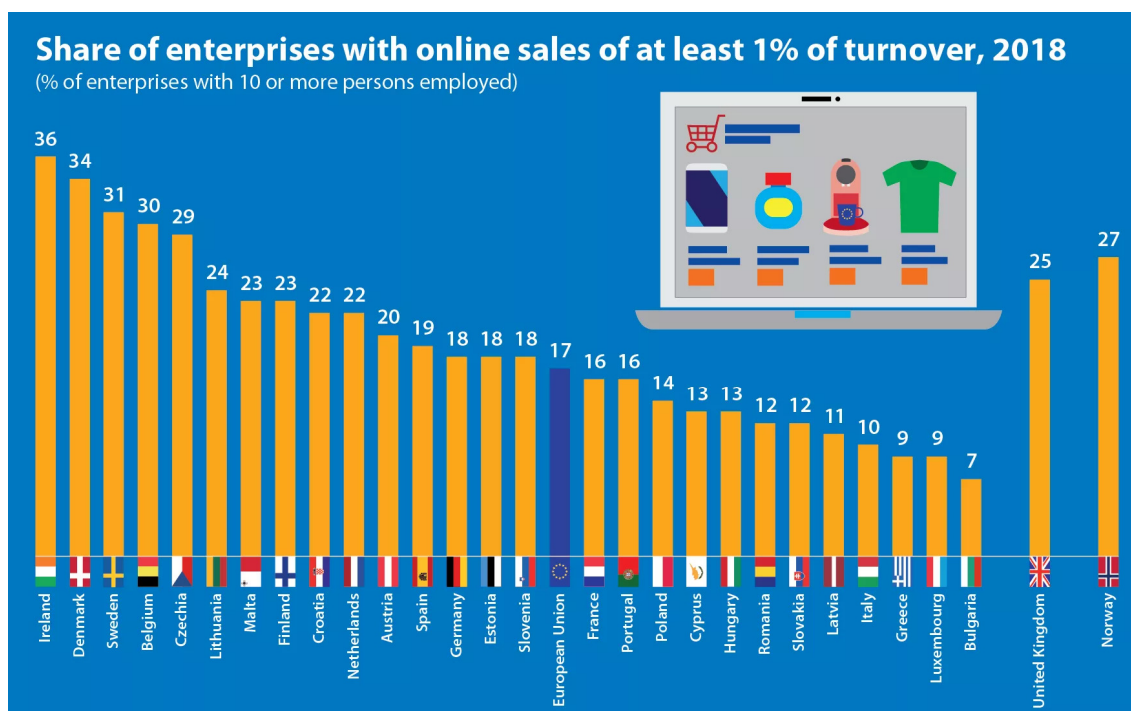
Ainda segundo o INE, a **utilização de plataformas de comércio electrónico** continua a aumentar e **38,7% dos residentes em Portugal** com idades entre os 16 e os 74 anos efectuaram compras através da Internet (comércio electrónico ou e-commerce) em 2019.

Segundo uma [notícia recente do Eurostat](#) as **compras online** continuam a aumentar na União Europeia (UE) e **60% dos internautas na UE** com idades compreendidas entre os 16 e os 74 anos fizeram compras através da Internet ao longo do ano de 2019.

Os europeus que compram mais online residem na Dinamarca, Suécia e Países Baixos.

84% dos dinamarqueses fazem compras online, logo seguidos de 82% dos suecos e de 81% dos holandeses.

Contudo, em Portugal, os números continuam muito aquém da média comunitária e colocam o país na cauda da UE. O relatório mostra que o valor para os últimos 12 meses completos se situou em apenas **39% dos portugueses** a fazerem compras online.



ec.europa.eu/eurostat 

Segundo a mesma [notícia do Eurostat](#), **36% das empresas em Portugal vendem online** mas, as que registaram vendas online de pelo menos 1% da sua facturação, foram apenas **16%**.

O **impacto da pandemia de COVID-19 na economia** é já considerado o segundo pior colapso desde o início do século XX em Portugal (a maior crise

sanitária que afectou Portugal desde a gripe espanhola de 1918), tendo o Fundo Monetário Internacional anunciado recentemente que prevê uma recessão de 8% da economia portuguesa em 2020.

Contudo, na sequência do confinamento e de outras medidas tomadas pelos Governos devido à COVID-19, o **comércio “acordou”** para uma verdadeira **transformação digital**, com **um aumento muito significativo das encomendas online**, o que tem permitido aos pequenos estabelecimentos comerciais (que estavam preparados) sobreviverem, obrigando muitos outros que não estavam preparados para esta realidade a acelerarem a desmaterialização das suas actividades e apostarem no online para que os seus negócios possam sobreviver.



Os grandes players mundiais de comércio electrónico (como a Amazon, o Alibaba e vários outros), os serviços de entrega (como a Uber Eats) e as divisões online dos principais retalhistas globais (como o Walmart, o El Corte Inglés, a Target, a Tesco, o Carrefour, entre muitos outros) estão sob enorme pressão para conseguirem responder ao enorme crescimento da procura através das suas plataformas de comércio electrónico, pois esta é não só uma excelente forma de prevenção de contágios devido à não existência de contacto físico/presencial durante todo o processo de encomenda.

Durante o período de confinamento, o contacto dos portugueses com o mundo exterior passou a ser efectuado sobretudo online, tanto para

trabalhar, como para socializar, fazer compras ou simplesmente para passar o tempo.

As empresas, os negócios e os serviços também foram obrigados a mudar, tendo de se reinventarem de um dia para o outro!



Muitas empresas tiveram de se transformar e de reinventar o seu modelo de negócio, olhando para o online como uma prioridade, acelerando drasticamente o seu processo de transformação digital.

Estamos a assistir, a um ritmo galopante, à adopção por parte dos cidadãos, das entidades e das empresas, de novos hábitos de consumo digitais e ao desenvolvimento do comércio electrónico em Portugal e no mundo, como nunca antes tinha sido verificado, com um crescimento exponencial.

Considero assim fundamental que os negócios adaptem a sua comunicação e as suas estratégias a esta nova realidade, tirando partido dos canais digitais e interactivos de comércio não só para mitigar o decréscimo de vendas físicas, mas sobretudo para se prepararem para a realidade digital actual que modificou os hábitos de consumo com encomendas online, pagamentos electrónicos utilizando meios digitais e entregas ao domicílio dos produtos em condições de higienização e grande segurança.

As plataformas de comércio electrónico, desde os e-marketplaces às lojas online digitais e interactivas, com sites responsivos (*adaptados a qualquer dispositivo de consulta tais como computador, tablet, smartphone, TV interactiva, ...*) e/ou APP's (*aplicações para smartphones e outros dispositivos móveis*) são fundamentais para o sucesso de vendas dos negócios B2C (*Business-to-Consumer, ou que vendem directamente aos consumidores finais*), mas também para a ampla divulgação e promoção

dos mesmos, sendo fundamental obviamente a tecnologia de suporte utilizada no desenvolvimento dos mesmos, mas também todas as componentes estéticas, de webdesign e de imagem inerentes aos sites desenvolvidos.



A utilização de uma empresa credível de Branding, Marketing Digital e Desenvolvimento Web como a equipa interdisciplinar da empresa [Oceano de Ideias Consultoria e Serviços](http://oceanoideias.com/) e a sua rede de Consultores e Partner's, são fundamentais para o sucesso da sua loja online e da sua estratégia de presença na Web.





Imagine a **fotografia** de um **prato gastronómico** ou de uma **bebida da sua preferência**, tão bem fotografados como se estivessem à sua frente!

Agora imagine que gostaria de **encomendar a sua refeição** para o **almoço** ou **jantar**, sozinho ou acompanhado!



Se estivesse a ver essa mesma **fotografia** num site de um restaurante próximo, com possibilidade de encomenda online, o que faria?

Encomendava e ficava tranquilamente à espera que lhe entregassem em casa ou no escritório (morada que indicou para entrega), não é verdade?



Ora para que essa **fotografia** desse **produto** (*seja um prato gastronómico num restaurante ou uns sapatos numa sapataria*) crie impacto no consumidor, influenciando-o na decisão de compra, não podemos esquecer-nos que este mesmo consumidor e potencial cliente preza pela qualidade do produto e quando ele consulta via Internet o que vê é uma ou mais imagens do mesmo e uma breve descrição, que se esperam apelativas!



Nas compras on-line o comprador precisa tomar a decisão de realizar a compra e o seu site precisa de o incentivar e orientar a fazê-lo, dando-lhe motivos para que ele faça essa compra e as imagens são fundamentais!

No comércio electrónico as imagens são um dos pontos mais importantes para a venda, pois quando usadas da forma adequada, ajudam o seu negócio a impulsionar os potenciais clientes a comprarem.

Nas fotografias de produtos devemos ter muita atenção à qualidade das imagens, à composição da fotografia, à correcta iluminação dos produtos e aos detalhes minuciosos dos mesmos.



Se tem ou pretende ter uma loja online, é fundamental ter imagens de qualidade para influenciar a primeira impressão que o cliente terá dos seus produtos!

Para tal é imprescindível que as imagens sejam de alta qualidade e com cores reais dos produtos para influenciar positivamente o cliente.

Mesmo que o cliente não finalize a compra no seu site, as imagens dos seus produtos podem incentivar o seu cliente a sair de casa e visitar sua loja física. Se as imagens no seu site não tiverem boa qualidade, o cliente pode não se interessar pelos seus produtos!

A qualidade das imagens no seu site pode contribuir para aumentar as vendas do seu negócio.

Para poder utilizar boas imagens terá de ter fotografias de qualidade, podendo utilizar as mesmas no seu site e nas suas redes sociais.

Poderá captar clientes com imagens criativas e atractivas e, salvo se for um bom fotógrafo, deverá pensar desde já em contratar um.



A empresa [Oceano de Ideias Consultoria e Serviços](http://www.oceanoideias.com/) detém a marca registada [FOTOGRAFIA Portugal](http://www.fotografia-portugal.com/)® que tem como Partner's muitos **fotógrafos profissionais** especializados em **fotografia de produto**.



São precisas boas Fotografias, Branding, Marketing Digital e Desenvolvimento Web a muitas das lojas online em Portugal.

Fotos no artigo da autoria do fotógrafo profissional © Pedro Couto